



ница: *Объявление мне уже показывали в полиции. Что Вы от меня хотите? Если Вы думаете, что я буду ужасно ревновать, то вы ошибаетесь* («Richterin Barbara Salesch»).

При этом непрофессиональные участники дискурса часто прерывают друг друга, вмешиваясь и дополняя, хотя это и запрещено судом:

*Richterin: Würden Sie mir ernsthaft erzählen, dass dieses Video für eheliche Zwecke entworfen wurde? / Судья: Вы хотите сказать, что видео было сделано для семейного просмотра?*

*Zeuge: Ja, natürlich! Свидетель: Да, конечно!*

*Zeugin: Hört auf, mich zu verarschen! Dieses Video ist nicht für mich, ich komme drin nicht vor! / Свидетельница: Хватит делать из меня дуру! В этом видео нет ни слова про меня!* («Richterin Barbara Salesch»).

Разнотемье также пресекается профессиональными участниками дискурса, в ходе судебного заседания не принято отвлекаться:

*Ich glaube, dass der Vorsitzende das mit Ihnen im Detail durchdiskutieren möchte / Я думаю, судья хотел бы обсудить этот момент подробнее.* («Richter Alexander Hold»).

Анализ основных особенностей разговорного и официально-делового стилей применительно к диалогическому единству «допрос» позволяет сделать вывод о стилистических особенностях судебного процесса как коммуникативной ситуации. Допрос содержит в себе базовые признаки вышесу-

названных стилей, а участники коммуникации активно используют стилистические средства данных стилей на всех языковых уровнях. Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что допрос находится на границе двух функциональных стилей и сочетает в себе правовые и языковые нормы.

## Примечания

- 1 См.: *Мальшиев А.* Некоторые проблемы языка и стиля процессуальных документов // Вестн. ВАС РФ. 2000. № 6. С. 116–122.
- 2 См.: *Белкин Р.* Криминалистика : в 2 т. М., 1980. Т. 2.
- 3 См.: *Васильев В.* Юридическая психология. СПб., 1997.
- 4 См.: *Рапинов А.* Судебная психология для следователей. М., 1967. С. 210.
- 5 *Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной.* М., 2006. С. 581.
- 6 См.: *Земская Е.* Русская разговорная речь : лингвистический анализ и проблемы обучения. М., 1979.
- 7 См.: *Мильков А.* Язык и стиль изложения судебных актов. Научно-методические рекомендации. Ессентуки, 2009.
- 8 См.: *Стилистический энциклопедический словарь русского языка.* М., 2006. С. 273.
- 9 См.: *Стилистика и культура речи / под ред. П. П. Шубы.* Минск, 2001.
- 10 *Шамне Н.* Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. Волгоград, 2007. С. 41.

## ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАДИСКУРСА

Е. Ю. Калташкина

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова  
E-mail: lena.kaltashkina@gmail.com

Статья посвящена анализу прагматических особенностей англоязычного политического медиадискурса. Прагматический подход позволяет учесть все аспекты речевого взаимодействия в дискурсе СМИ, включающие как лингвистические, так и экстралингвистические компоненты, и выявить оптимальные механизмы воздействия на адресата.

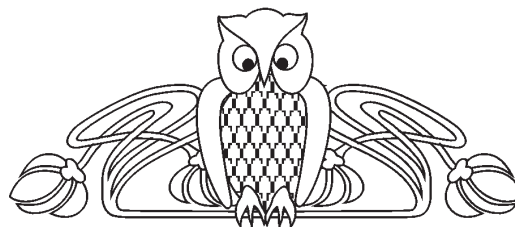
**Ключевые слова:** прагматика, дискурс, социокультурно маркированный, политический медиадискурс, стереотип.

### Pragmatic Aspects of Political Media Discourse

E. Yu. Kaltashkina

The article is devoted to the analysis of the pragmatic aspects of the English political media discourse. Pragmatic approach to the political media discourse takes into account all the aspects of communication including both linguistic and extra-linguistic units, and provides efficient tools for affecting an addressee.

**Key words:** pragmatics, discourse, socio-culturally marked, political media discourse, stereotype.



Современные работы, посвященные вопросам изучения дискурса, зачастую опираются на понятия прагматики. Более того, прагматика нередко рассматривается как отдельное направление в рамках дискурсивных исследований<sup>1</sup>. Прагматический подход предполагает анализ речевых высказываний (как устных, так и письменных) как действий, призванных оказать определенное воздействие на адресата. Данный подход становится особенно актуальным при анализе политического медиадискурса, основная функция которого состоит в воздействии на целевую аудиторию<sup>2</sup>.

Прагматика как отдельная область исследований впервые была выделена философами в 1960-е гг. Опираясь на идеи Ч. Пирса, Ч. Моррис разделил семиотику на семантику (учение об отношении знаков к объектам действительности), синтактику (учение об отношениях между знаками) и прагматику (учение об отношении знаков к



их интерпретаторам)<sup>3</sup>. Прагматический подход в дальнейшем получил развитие в теории речевых актов Дж. Остина, отличительной чертой которой стала трактовка речевого акта как действия<sup>4</sup>. По замечанию И. М. Кобозевой, «все прежние логико-философские трактовки использования языка были сосредоточены на отношении языкового высказывания к (истинно или ложно) отражаемой в нем действительности», а в теории Остина центр тяжести переносится на то, «какое действие совершает или пытается совершить говорящий, используя высказывание, каких целей он при этом стремится достичь»<sup>5</sup>. В дальнейшем именно эта теория легла в основу работ многих исследователей прагматики (Дж. Лича, Дж. Серля, Т. Коэна, Г. Грайса, Дж. Катца, Дж. Фодора и др.).

В современной лингвистике прагматика приобрела множество толкований. Дж. Катц и Дж. Фодор связывают ее с интерпретацией значения высказывания с помощью контекста<sup>6</sup>. Дж. Лич понимает прагматику как изучение значения относительно речевой ситуации<sup>7</sup>. В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахмановой прагматика определяется как «один из планов или аспектов исследования языка, выделяющий и исследующий единицы языка в их отношении к тому лицу или лицам, которые пользуются языком»<sup>8</sup>. По определению И. М. Магидовой, «прагматика изучает то, что происходит, когда люди начинают пользоваться семантическими и синтаксическими единицами в реальных ситуациях общения»<sup>9</sup>. И. М. Кобозева говорит о лингвистической прагматике, которая, в ее понимании, представляет собой дисциплину, изучающую язык как «средство, используемое человеком в его деятельности». В прагматике язык рассматривается как инструмент действия<sup>10</sup>. И. П. Сусов в своей работе вводит термин «прагмалингвистика» и характеризует его как особую область языкознания, которая исследует использование людьми естественного человеческого языка в качестве орудия социального действия и взаимодействия в условиях конкретных ситуаций общения на основе социальных постулатов и стратегий<sup>11</sup>. Несмотря на обилие вариантов толкования данного понятия, все исследователи неизменно подчеркивают роль и влияние контекста на восприятие и интерпретацию высказываний коммуникантами. Контекст, или прагматический контекст, включает в себя как лингвистические, так и экстралингвистические компоненты, сопровождающие ситуацию общения: социальные, этнические, биологические характеристики участников коммуникации, их отношения и т. д. Анализ данных компонентов прагматического контекста позволяет выявить особенности порождения, бытования и понимания смысла языковых единиц в дискурсе.

Таким образом, дискурс, представляющий собой когнитивный процесс, включающий не только особенности представления и подачи информации, но также особенности ее восприятия<sup>12</sup>, может

и должен рассматриваться с позиций прагматики. При анализе дискурса необходимо учитывать социальные, культурные, национальные характеристики коммуникантов, условия речевого общения, цели и задачи говорящего и возможные варианты интерпретации сказанного адресатом. То же самое относится и к политическому медиадискурсу, при анализе которого необходимо учитывать политическую ситуацию, в которой он создан, целевые установки, политические взгляды и личностные качества автора, специфику восприятия его различными людьми<sup>13</sup>.

Нужно заметить, что понятие медиадискурса вписывается в представление о дискурсе в целом, однако ограничено сферой употребления – средствами массовой информации. Так, по определению Т. Г. Добросклонской, медиадискурс представляет собой «совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия»<sup>14</sup>. При этом в рамках одного издания можно выделить характерные для него особенности представления информации, что позволяет говорить о дискурсе отдельной газеты или журнала. Так, дискурс газеты «The Economist» представляет собой единое целое по своей идеологической и стилистической направленности. Он отличается ироничностью, либеральностью взглядов, ориентацией на образованного и интеллектуального читателя с определенным набором фоновых знаний. В статьях «The Economist», посвященных политической ситуации в России, встречаются устойчивые сочетания и образы, повторяющиеся неоднократно в ряде номеров. Так, бывший мэр Москвы Юрий Лужков регулярно метафорично описывается как феодал или удельный князь, который держит «вотчину свою» (*Mr. Luzhkov <...> is a feudal baron whose fief is protected by a loyal police, courts and economic interests beyond the Kremlin's reach*<sup>15</sup>; *Luzhkov ran Moscow as his fief*<sup>16</sup>; *Mr. Luzhkhov, one of the last autonomous regional barons in Russia, was a relic of the 1990s*<sup>17</sup>); Владимир Путин предстает в дискурсе газеты разумным правителем, реальным главой государства, в отличие от подчиняющегося ему Дмитрия Медведева (*The differences between the internet-savvy, Twittering Mr. Medvedev and Mr. Putin, who cultivates the image of a down-to-earth, hands-on leader, are stylistic*<sup>18</sup>; *Out of these antics emerged the image of a hands-on, no-nonsense and down-to-earth ruler*<sup>19</sup>; *His differences with Mr. Putin remain stylistic*<sup>20</sup>; *The differences between the two men are mainly stylistic, but the signs of a political struggle are real*<sup>21</sup>). С одной стороны, подобные регулярно повторяющиеся «формулы» подчеркивают целостность дискурса газеты, с другой – позволяют достичь определенного прагматического эффекта, к которому стремятся авторы статей: сформировать у англоязычной аудитории стереотипное представление о российских политических лидерах.



Прагматический подход к дискурсу предполагает анализ его с позиций речевых актов, что позволяет рассматривать прагматику как одно из направлений дискурсивных исследований. Так, Т.А. ван Дейк подчеркивает, что «дискурс, в широком смысле слова, является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта», при этом «говорящий и слушающий, их личностные и социальные характеристики, другие аспекты социальной ситуации, несомненно, относятся к данному событию»<sup>22</sup>. Процесс преобразования дискурса в речевые акты называется прагматической интерпретацией высказываний. При этом коммуникативный акт, или иллокуция, представляет собой производство речевого акта и является минимальной единицей языкового общения<sup>23</sup>. Иллокутивный акт обладает иллокутивной силой, которая определяется целью высказывания и условиями его осуществления. Каждое высказывание, погруженное в определенный прагматический контекст, может являться намерением, желанием, предсказанием, просьбой, приказом, поздравлением и т. п. в зависимости от его иллокутивного значения. Аналогичным образом можно классифицировать и тексты медиадискурса, которые представляют собой утверждения, обвинения, рекомендации, предсказания и др.<sup>24</sup>

Однако иллокуция представляет собой лишь один из уровней анализа речевого акта. Другие два уровня включают в себя локуцию и перлокуцию. Локутивный акт обладает локутивным значением, которое характеризует его с точки зрения используемых в нем языковых элементов. Перлокутивный акт оказывает перлокутивный эффект, являющийся результатом воздействия речевого акта на адресата. Именно перлокутивный уровень анализа речевого акта представляется наиболее значимым при изучении текстов политического медиадискурса, что объясняется основной их функцией – воздействием на аудиторию. Более того, по мнению исследователей, конститутивным свойством текстов политического медиадискурса является манипулятивность, в которой и заключается прагматический эффект политических текстов массмедиа<sup>25</sup>.

Именно стремлением оказать воздействие на адресата определяется суггестивный характер большинства медиатекстов, который явно доминирует над их информативностью. Суггестивность предполагает обращение не к рациональному, а к эмоциональному началу в собеседнике, что требует употребления большого количества экспрессивных средств и образов, в том числе имеющих социокультурно маркированный характер. К числу таких средств относятся пословицы, поговорки, иноязычные вставки, цитаты, аллюзии, каламбуры. Зачастую они выступают в качестве прецедентных феноменов, среди которых приня-

то выделять прецедентный текст, прецедентное имя, прецедентную ситуацию. По определению Д. Б. Гудкова, прецедентные феномены – это особая группа вербальных или вербализуемых феноменов, связанных с коллективными инвариантными представлениями конкретных «культурных предметов»<sup>26</sup>. Авторы политических статей нередко используют в текстах прецедентные феномены, ориентируясь на массовое сознание аудитории. Они стремятся к общеизвестным «образцам», добиваясь стереотипизации высказываний.

В частности, англоязычные авторы статей о политической ситуации в России нередко прибегают к использованию прецедентных имен и ситуаций, связанных с советской эпохой. Современные события в России, действия и решения политиков освещаются в контексте коммунистического прошлого страны, которое, по мнению авторов, почти ничем не отличается от настоящего:

*Russian elections are increasingly reminiscent of the Soviet era, when choice was narrowed to one candidate and one party*<sup>27</sup>.

*Actually, the comparisons with the Brezhnev era are spot-on. Brezhnev presided over another era of political and economic stagnation, the 1970s, sustained by a commodities boom and high oil prices. He also had a war – he sent the Red Army to invade Afghanistan. In 2008 Putin did the same thing. He sent Russian tanks into Georgia. Brezhnev also presided over an Olympics – Moscow, 1980. Putin has the 2014 Winter Olympics in Sochi to look forward to, as well as the 2018 World Cup <...> He has already outlasted **Leonid Brezhnev** (18 years) and is closing in fast on **comrade Stalin** (a whopping 31)*<sup>28</sup>.

Прагматический эффект подобных высказываний заключается в формировании у читателя стереотипа о тоталитарном режиме современной России и следовании традициям советской власти. При этом советская власть имеет негативное коннотативное значение в глазах европейской и американской аудитории, что связано с непопулярной на Западе внутренней и внешней политикой СССР. Подобные социокультурно маркированные сравнения в текстах политического медиадискурса позволяют переносить коннотативное значение одного понятия (в данном случае «советского режима») на другое (то есть на государственный строй современной России), воздействуя таким образом на мнение аудитории и создавая национальные стереотипы.

По определению А. П. Чудинова, стереотип – это «схематичное и стандартное представление о политическом феномене, отличающееся устойчивостью и эмоциональной окраской»<sup>29</sup>. При этом исследователи отмечают, что национальные стереотипы, с одной стороны, облегчают межкультурную коммуникацию, поскольку служат своего рода ориентирами для «обычного человека», не обладающего запасом знаний и способностью быстро разобраться в огромном количестве фактов, мнений и цифр, с другой стороны – слишком





упрощают такое сложное явление, как национальный характер. Каждая нация, как правило, склонна переоценивать собственную культуру и, напротив, недооценивать другие группы, представленные преимущественно в аспекте социокультурных различий, отклонений от господствующих норм и ценностей.

По замечанию Т. А. Комовой, основной функцией средств массовой информации является «тиражирование поведения ведущих политиков, государственных деятелей и глав государств как носителей определенной национальной традиции, национальных ценностей...»<sup>30</sup>. Поэтому формирование или обыгрывание национальных стереотипов зачастую происходит на примере представителей политической власти. Д. А. Медведев и В. В. Путин в политическом медиадискурсе англоязычной качественной прессы предстают как учитель и ученик, наставник и младший по чину:

*Mr Medvedev <...> the president had neither the will nor the intention to change a model that has evolved under his predecessor, patron and likely successor, Vladimir Putin*<sup>31</sup>.

*His [Medvedev's] comments were addressed to the Kremlin's opponents rather than to his mentor [Putin]*<sup>32</sup>.

Прагматический контекст может влиять на характер используемых социокультурно маркированных единиц, которые адаптируются к когнитивной базе определенного лингвокультурного сообщества. Так, представитель американского посольства в своей переписке однажды сравнил политических лидеров России с известными персонажами американских комиксов, Бэтменом и Робинот (*One cable by Eric Rubin, US deputy ambassador, suggested that Medvedev played Robin to Putin's Batman*)<sup>33</sup>. Это сравнение подхватили и растиражировали журналисты, поскольку образ оказался действительно ярким и понятным для представителей американской культуры. Другое, не менее запоминающееся сравнение, описывающее характер отношений между Д. А. Медведевым и В. В. Путиным и снискавшее популярность в англоязычной прессе, – кардинал Ришелье (Путин) и король Людовик XIII (Медведев) (*Another delightful comparison likened Putin to Cardinal Richelieu, with Medvedev cast in the role of Louis XIII*)<sup>34</sup>. Однако для восприятия и правильной интерпретации данного лингвистического приема адресат должен обладать достаточными знаниями из истории Франции, иметь представление о вышеупомянутых исторических фигурах и характере отношений между ними.

Таким образом, успех коммуникации во многом зависит от совпадения или несовпадения фоновых знаний адресанта и адресата, от их культурной, социальной, религиозной принадлежности, от способности коммуникантов правильно воспринимать и интерпретировать заложенную в высказывании имплицитную информацию.

Имплицитная информация присутствует практически в любом высказывании и отличается пониженной коммуникативной значимостью и косвенностью кодирования. Среди различных типов имплицитной информации выделяют presuppositions, исходные предложения (установки) вопроса, вводные компоненты, имплицитурь дискурса и др. В отличие от эксплицитной информации, которая ясно и четко выражена в тексте с помощью определенных языковых средств и привлекает основное внимание адресата, имплицитная информация в меньшей степени контролируется сознанием<sup>35</sup>. Это свойство имплицитной информации зачастую используется авторами сообщений с целью манипулирования сознанием адресата. Особое место данный прием занимает в дискурсе средств массовой информации, где формирование определенного взгляда на тот или иной вопрос нередко является непосредственной задачей автора и служит для воплощения идеологической стратегии издания.

Тем не менее имплицитная информация может утратить свой прагматический характер при интерпретации представителями иного лингвокультурного сообщества. Так, лесные пожары в России летом 2010 г. получили широкое освещение в британской и американской прессе. Многих журналистов привлек инцидент, произошедший с блогером, потребовавшим у правительства вернуть ему его рынду. Автор газеты «The Economist» приводит перевод записей блогера и дает свою оценку реакции правительства:

*We had three ponds, a fire alarm and even a fire engine under the nut-case Communists <...> Give me my alarm back <...> Instead of fighting fires they spent the next few days looking for the blogger to give him his alarm*<sup>36</sup>.

Словарь «Longman Dictionary of English» приводит следующее определение слова «alarm», которое было использовано журналистом в качестве перевода слова «рында»: «Something such as a bell or a light that warns people of danger»<sup>37</sup>. Очевидно, что данное слово стилистически нейтрально. В русском языке слово «рында» является стилистически маркированным и относится к пласту профессиональной лексики (выражение «рынду бить» означает на торговых судах в старое время, а также на парусном флоте трижды ударять в колокол ровно в полдень)<sup>38</sup>. В оригинальном контексте слово «рында» было употреблено блогером абсолютно неуместно, поэтому русская аудитория воспринимает ситуацию как комичную и даже абсурдную. Прагматический эффект высказывания для англоязычной аудитории при этом будет заметно отличаться: читатель скорее ужаснется плачевному состоянию дел в русских деревнях и отсутствию должных мер пожарной безопасности, чем посмеется над ситуацией.

Политический дискурс качественной прессы зачастую представляет собой своеобразную игру, в которой авторы текстов стремятся продемон-



стрировать свои аналитические, интеллектуальные и литературные способности. По замечанию Т. Б. Назаровой, для дискурса качественной прессы характерна языковая игра, использование метафор, аллюзий и цитат, что превращает чтение статей в своего рода «охоту» за смыслом. При этом особенно важную роль приобретает лингвистический аспект: «... the use of subtle and intricate metaphors, numerous instances of elegant variation and wordplay, intensified through allusion and quotation. The latter are increasingly present in quality press making its reading a sophisticated quest for meaning with more focus and emphasis on the linguistic aspect»<sup>39</sup>. Тем не менее многие авторы учитывают особенности своей целевой аудитории и прагматический контекст высказывания, поэтому для достижения лучшего прагматического эффекта они прибегают к использованию социокультурно маркированных элементов, сопровождая их комментариями или пояснениями для читателей. При этом стоит отметить, что использование этих элементов в аналогичном русском издании было бы оформлено иначе, без подробных комментариев и объяснений, которые оказались бы излишними в русском лингвокультурном сообществе в силу их очевидности и общеизвестности. Так, одна из статей газеты «The Economist», посвященная предстоящей смене власти в России, отсылает читателей к прецедентному тексту, к «Ревизору» Н. В. Гоголя. Автор при этом приводит краткое содержание пьесы и описание ее последней сцены, предполагая, что англоязычный читатель может быть не знаком с данным произведением:

*Nikolai Gogol's play «The Government Inspector» ends with a scene in which the bureaucrats who mistook a flimsy impostor for a high official from St. Petersburg are dumbstruck when a messenger announces the arrival of the real inspector-general. This week Russia enacted a postmodern version of this scene: the arrival of the genuine official was announced by the pretender; and the pair hugged in front of duped bureaucrats who rewarded them with a standing ovation for their clever performance»<sup>40</sup>.*

Прагматика является неотъемлемой частью дискурсивных исследований, в основе которой лежит анализ речевого акта как действия. В прагматическом подходе главная роль в процессе речевого взаимодействия отводится адресату, поскольку успех коммуникации зависит от его способности правильно воспринимать и интерпретировать информацию, содержащуюся в высказывании. Кроме того, при анализе дискурса большое значение приобретают социокультурные и национальные характеристики участников коммуникации. Прагматический эффект политического медиадискурса заключается в манипулятивном характере медиатекстов и в стремлении авторов оказать воздействие на аудиторию. Воздействие осуществляется преимущественно с помощью определенных лингвистических и стилистических приемов, среди которых особенно большое значе-

ние приобретает использование социокультурно маркированных единиц, обращение к национальным стереотипам, опора на прецедентные феномены. Характер используемых социокультурно маркированных единиц и прецедентных феноменов зависит от когнитивной базы лингво-культурного сообщества и определяется прагматическим контекстом. Таким образом, прагматический подход к анализу политического медиадискурса позволяет учесть все аспекты речевого взаимодействия, включающие как лингвистические, так и экстралингвистические компоненты, и получить точное представление о процессе и способе формирования взглядов, убеждений и стереотипов представителей одного сообщества о другом.

### Примечания

- 1 См.: Van Dijk T. A. Editor's Introduction : The Study of Discourse : An Introduction. The Emergence of a New Cross-Discipline. URL: <http://www.discourses.org/OldArticles/The%20study%20of%20discourse.pdf> (дата обращения: 12.02.2012).
- 2 См.: Добросклонская Т. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учеб. пособие. М., 2008. С. 122.
- 3 См.: Моррис Ч. Основания теории знаков // Семиотика. М., 1983. С. 63.
- 4 См.: Austin J. L. How to Do Things with Words. Cambridge, 1962.
- 5 См.: Кобозева И. Интенциональный и когнитивный аспекты смыслового высказывания : дис. ... д-ра филол. наук. М., 2003. С. 112.
- 6 См.: Katz I. J., Fodor J. A. The structure of a semantic theory. Language. Baltimore, 1963.
- 7 См.: Leech G. N. Principles of Pragmatics. L., 1983.
- 8 Ахманова О. Словарь лингвистических терминов. М., 1969. С. 344.
- 9 Магидова И. Теория и практика прагмалингвистического регистра английской речи : дис. ... д-ра филол. наук. М., 1989. С. 383.
- 10 Кобозева И. Указ. соч. С. 101.
- 11 См.: Сусов И. К предмету прагмалингвистики // Содержательные аспекты предложения и текста. Калинин, 1983. С. 5.
- 12 См.: Менджерницкая Е. Публицистика как тип дискурса // Язык, сознание, коммуникация. Вып. 7. М., 1999. С. 13.
- 13 См.: Чудинов А. Политическая лингвистика : учеб. пособие. М., 2007. С. 7–8.
- 14 Добросклонская Т. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь) : учеб. пособие. М., 2008. С. 152.
- 15 Luzhkov v Medvedev // The Economist. Sep. 16<sup>th</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/17046663> (дата обращения: 12.02.2012).
- 16 Twenty years on // The Economist. Nov. 22<sup>nd</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/17493327> (дата обращения: 12.02.2012).



- 17 A graduate of the school of Putin // The Economist. Oct. 21<sup>st</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/17316739> (дата обращения: 12.02.2012).
- 18 Twenty years on // The Economist. Nov. 22<sup>nd</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/17493327> (дата обращения: 12.02.2012).
- 19 Why Russia needs me // The Economist. Sep. 9<sup>th</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/16996991> (дата обращения: 12.02.2012).
- 20 Medvedev keeps mum // The Economist. May 19<sup>th</sup> 2011. URL: <http://www.economist.com/node/18713888> (дата обращения: 12.02.2012).
- 21 The Putin v Medvedev tandem // The Economist. Apr 7<sup>th</sup> 2011. <http://www.economist.com/node/18530041> (дата обращения: 12.02.2012).
- 22 Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989. С. 121–122.
- 23 Серль Дж. Р. Классификация иллокутивных актов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. М., 1986. С. 170–194.
- 24 См.: Van Dijk T. A. Op. cit.
- 25 См.: Никитина К. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2006. С. 5.
- 26 См.: Гудков Д. Прецедентные феномены в текстах политического дискурса // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003. С. 148.
- 27 Twenty years on // The Economist. Nov. 22<sup>nd</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/17493327> (дата обращения: 12.02.2012).
- 28 Vladimir Putin : return of the king // The Guardian. Sep. 27<sup>th</sup> 2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/sep/26/vladimir-putin-russia-president> (дата обращения: 12.02.2012).
- 29 Чудинов А. Указ. соч. С. 46.
- 30 Колова Т. Концепты языка и культуры в контексте СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособие. М., 2003. С. 230.
- 31 No surprises // The Economist. May 26<sup>th</sup> 2011. URL: <http://www.economist.com/node/18745643> (дата обращения: 12.02.2012).
- 32 Into the Inferno // The Economist. Aug 12<sup>th</sup> 2010. URL: <http://www.economist.com/node/16797767> (дата обращения: 12.02.2012).
- 33 Vladimir Putin : return of the king // The Guardian. Sep. 27<sup>th</sup> 2011. URL: <http://www.guardian.co.uk/world/2011/sep/26/vladimir-putin-russia-president> (дата обращения: 12.02.2012).
- 34 Там же.
- 35 Кобозева И. Указ. соч. С. 118.
- 36 Into the Inferno (дата обращения: 12.02.2012).
- 37 Longman Dictionary of Contemporary English. Third edition with New Words supplement. Б.м., 2001. С. 30.
- 38 Ожегов С. Толковый словарь русского языка / под ред. Н. Ю. Шведовой. 4-е изд., доп. М., 1997. С. 689.
- 39 Nazarova T. Business English. An Introductory Course for Advanced Students. М., 1997. С. 68.
- 40 Guess who! // The Economist. Oct 1<sup>st</sup> 2011. URL: <http://www.economist.com/node/21530997> (дата обращения: 12.02.2012).

УДК 811.111'38

## О СПЕЦИФИКЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ МНОГОМЕРНЫХ РЕКЛАМНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ

З. Ю. Пальгова

Саратовский государственный университет  
E-mail: [palgova.zoya@gmail.com](mailto:palgova.zoya@gmail.com)

Статья посвящена проблеме изучения медиатекстов. В исследовании предпринята попытка выявления особенностей механизма интерпретации медиатекстов на примере рекламного дискурса.

**Ключевые слова:** медиатекст, рекламный дискурс, интерпретативный анализ, мультимодальность.

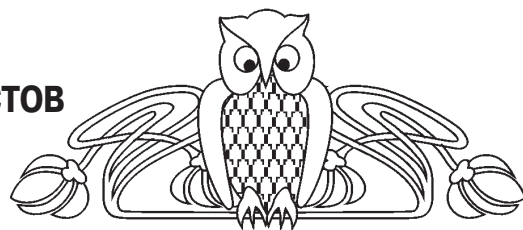
### On Specific Features of Multimodal Advertising Media Texts Interpretation

Z. Yu. Palgova

In the age of interactive multimedia the study of media texts is becoming the problem of topical interest. The article is devoted to the investigation of advertising media texts, their analysis and interpretation.

**Key words:** media text, advertising discourse, interpretative analysis, multimodality.

Стремительное развитие массовых коммуникаций и информационных технологий оказывает



существенное воздействие на процессы производства и распространения слова. В условиях развития современной медиаккультуры текст обрастает новыми возможностями, его отличают динамизм, многоплановость, интегративность. В контексте массовых коммуникаций понятие «текст» расширяется, включая большое количество невербальных компонентов, которые, наряду с вербальными, способствуют порождению смыслов и поэтому нуждаются в детальном лингвистическом исследовании. Всё это требует переосмысления традиционного подхода к интерпретации текста как печатного слова на листе бумаги, превращая процесс выявления особенностей функционирования и интерпретации многомерного медиатекста в актуальную языковедческую проблему.

В последнее время материалом для изучения подобных вопросов всё чаще становится